



Facultad de Administración y Negocios

Trabajo de Investigación

Estrategias de Promoción Turística y Turismo Interno en el Departamento de Ayacucho en el 2018

Autor(es): Herrera Rodríguez, Melissa Geraldine
Quispe Apari, Judith

Para obtener el Grado de Bachiller en:
Administración de Empresas

Asesor(es): Manuel Santos Ponce Veneros
María Rosa de Guadalupe Rodríguez Caldas

Lima, diciembre del 2018

Dedicatoria:

El desarrollo de esta investigación va dedicado a nuestros padres por ser el pilar más importante en nuestra vida, quien nos ayudan día a día a crecer y luchar por nuestros sueños.

Agradecimientos:

Un cordial agradecimiento a nuestros asesores y maestros quienes han sido guía en nuestro desarrollo profesional.

Amistades y todas aquellas personas que contribuyeron para el desarrollo de la investigación.

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de investigación tiene como fin determinar en qué medida la aplicación de estrategias de promoción turística se relaciona con el incremento de turismo interno en Ayacucho que desarrollan las entidades competentes del estado peruano para promover el turismo interno dentro del departamento. Identificando de manera positiva factores, que contribuyen como una herramienta de crecimiento y desarrollo sostenible para la región.

Se utilizó la metodología correlacional no experimental, como instrumentos tenemos la encuesta y la entrevista, facilitando así un mejor estudio de las variables propuestas; gracias a esto podemos identificar la percepción de los turistas tanto nacionales como extranjeros sobre la región Ayacucho; así como datos actuales por parte de las entidades encargadas de promover el turismo en el Perú, sobre el uso e implementación de estrategias.

Hemos identificado también que Ayacucho, en relación con otras regiones alrededor del territorio peruano, no gestiona en forma efectiva el uso de sus recursos turísticos; ya que hay que considerar que el turismo es una fuente muy importante que aportara a la economía de la región y la nación.

Esta investigación tiene como fin dar un aporte y visión positiva de la región, ya que consideramos que Ayacucho tiene mucho por ofrecer y depende de nosotros como nación dar a conocer de estos atributos al mundo.

INDICE

INTRODUCCION	6
1. Planteamiento del Problema.....	7
1.1 Formulación del problema general.....	8
1.2 Formulación de problemas específicos.....	8
2. Objetivos de la Investigación.....	8
2.1 Objetivo General	8
2.2 Objetivos específicos	8
3. Justificación	9
4. Marco Teórico	9
4.1 Antecedentes de la Investigación	9
4.2 Bases Teóricas	12
4.3 Marco conceptual.....	19
5. Metodología	21
5.1 Población muestra	21
6. Resultados.....	25
6.1 Encuesta.....	25
6.2 Entrevista	30
7. Conclusiones	33
8. Bibliografía.....	34
9. Anexos.....	36

INTRODUCCIÓN

En el Perú se rigen importantes flujos turísticos, tenemos el privilegio de poder contar con amplias riquezas arqueológicas y un territorio nacional muy dotado en variedad de flora y fauna, acompañado de costumbres, danza e infinita riqueza gastronómica.

Ayacucho sin duda es uno de los destinos que un turista no debe dejar de lado en su itinerario, a pesar de no contar con un gobierno políticamente estable, ya que consideramos que toma un importante papel en cómo nos mostramos como país al mundo y de lo que podemos ofrecer.

Es importante que se utilicen correctamente el manejo de los recursos y la buena gestión para que una región pueda crecer y generar desarrollo, oportunidades de empleo, generación de actividades económicas y la inclusión de la misma población. Ya que algunas comunidades dependen de la economía de los recursos naturales que sus tierras ofrecen y muchas de ellas dependen absolutamente del turismo.

Consideramos que si bien las autoridades competentes en temas relacionados al turismo dentro del territorio nacional, están tomando medidas de acción para hacer que turistas nacionales y extranjeros ingresen al país, es importante conocer el tipo de estrategias de promoción que estas desarrollan para contribuir con un turismo sostenible.

1. Planteamiento del problema:

El presente trabajo de investigación tiene como fin, describir la situación actual del turismo interno en el departamento de Ayacucho, de acuerdo con las investigaciones realizadas se estima una tasa de crecimiento anual del 3,60% para el período 2016-2019 según BADATUR - OTP. Donde el mes de mayor concentración de turistas se da en semana santa por el fervor religioso.

Se estima un gran crecimiento de turismo interno en los próximos años, esto se debe en gran parte a la fecha más festiva que es Semana Santa, sin considerar otras festividades como carnavales, inti raymi, entre otros; donde la misma población estima un mayor ingreso económico en dicha festividad, dejando de lado muchos factores importantes como los atractivos turísticos del departamento, los gustos y preferencias del turista.

El desarrollo en Ayacucho para la atracción del turismo hoy en día es muy escaso, debido al nivel de pobreza de la zona y la falta de educación de los pobladores lo que genera que no se implemente de manera eficiente el uso de estrategias de promoción turística.

Además, no se logra observar los trabajos que desarrolla DICERTUR AYACUCHO, ya que al momento de realizar las visitas a los “lugares más promocionados” no se identifica la preocupación por la satisfacción del turista; las zonas no se encuentran adecuadamente conservadas.

El fin del trabajo de investigación es buscar la diversificación del turismo durante todo el año donde el crecimiento y desarrollo del turismo sea un trabajo en equipo tanto del estado como de los pobladores del departamento, logrando de esa manera posicionar al departamento en relación a otras regiones al interior del país.

1.1 Formulación del Problema General:

¿En qué medida la aplicación de estrategias de promoción turística se relaciona con el incremento de turismo interno en Ayacucho?

1.2 Formulación de los Problemas Específicos:

- ¿Cómo el nivel de conocimiento de las estrategias de promoción influye en el turismo interno?
- ¿Cómo el nivel de inversión en las estrategias de turismo influye en el turismo interno?

2. Objetivos de la Investigación:

2.1 Objetivo General:

Analizar el uso de estrategias de promoción turística y la relación con el incremento de turismo interno en Ayacucho.

2.2 Objetivos Específicos:

- Identificar como el nivel de conocimiento de las estrategias de promoción turística influyen en el turismo interno
- Conocer como el nivel de inversión en las estrategias de turismo influyen en el turismo interno.

3. Justificación:

La investigación es de tipo descriptiva y tiene como fin incrementar el desarrollo del turismo en el Departamento de Ayacucho, así como la aplicación de estrategias que permitan la difusión del turismo de la región.

Hemos identificado poco conocimiento y/o preparación para la implementación de estrategias y gestión del turismo en la región, por parte de los pobladores y entidades competentes, lo que implica que no se fomente el desarrollo del turismo como en otras regiones.

4. Marco Teórico:

4.1 Antecedentes de la Investigación:

Nacionales:

- Sepúlveda, Basurto & Vizcarra (2010) "Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco". El objetivo general de estudio fue formular un plan estratégico a un plazo de diez años, enfocado a promover el turismo rural comunitario en la Región Cusco. La metodología aplicada fue de carácter descriptivo, basado en la recolección de fuentes primarias y secundarias. Como fuentes primarias: consulta a expertos en turismo, revistas de turismo de aventura, portales de Internet, análisis de encuestas realizadas por el Mincetur, entre otros. Fuentes secundarias: acceso a libros académicos, tesis de planeamiento estratégico sobre el sector turismo e información diversa consultada en internet. Se concluye que el legado cultural y la biodiversidad son dos de los factores competitivos de la región Cusco.

- Beltrán (2011) “Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho”. El objetivo general fue identificar aquellos elementos potenciales que se pueden administrar en Ayacucho para impulsar y/o promover el turismo, y que estas actividades sean consideradas como herramientas de desarrollo económico, social y así brinden una imagen positiva para la región. La metodología aplicada a la investigación está en base a un diseño exploratorio cualitativo. Se concluye que Ayacucho se encuentra en una posición poco agradable al no contar con un manejo óptimo de sus recursos turísticos.

- Álvarez & Castellanos (2014). “La opinión de los agentes de viajes minoristas sobre las estrategias competitivas frente a las nuevas tendencias de mercado”. El objetivo general fue estudiar los fenómenos que han venido afectando al entorno del sector de las agencias de viajes. La metodología utilizada fue la encuesta o entrevista en los establecimientos de viajes. Se concluye el uso general de las TIC, y la importancia de ofrecer un servicio de calidad al cliente, como también la importancia de la formación.

- Vega (2016). “Plan de negocio para la creación de una agencia de viajes y turismo especializada en clases de español dentro de paquetes turísticos en el periodo julio 2014-julio 2015”. El objetivo general fue determinar la viabilidad de una agencia de viajes y turismo especializada en brindar clases de español dentro de circuitos turísticos en Pimentel-Lambayeque. La metodología aplicada fue de tipo descriptiva. Se concluye que existe un mercado insatisfecho de estudiantes extranjeros que tienen un rango de edad entre 18 y 26 años, del sector B y C, con gran interés para viajar a distintos puntos del territorio peruano.

- Deza & Reyes (2017). “Análisis de estrategias que permitan reducir la informalidad de las agencias de viaje y turismo minoristas de Lima”, el objetivo general fue determinar aquellas estrategias que contribuyan a reducir la informalidad de las agencias de viaje y turismo minoristas en Lima. Metodología aplicada es de tipo cualitativa. Se concluye que al utilizar la tecnología no va asegurar reducir la informalidad de las agencias de viaje y turismo minoristas de Lima; pues en lugar de reducirla, ha contribuido con el tiempo a que aumente en diversos sectores de nuestro territorio peruano.

Internacionales:

- Coronel (2013) “Diseño de un plan de marketing para la empresa turística Cosarco Touring de la Ciudad de Quito”, el objetivo general fue realizar el diseño de una agencia de viajes para promover el turismo de aventura en la ciudad de Quito. La metodología aplicada fue exploratoria descriptiva. Se concluye que las personas, actualmente viajan por cuenta propia y no cuentan con ayuda para seleccionar un hotel, servicio de guía entre otros.
- Gaviria, Rincón & Trejos (2015). “Plan de Negocio Travel & Business. Agencia de viajes operadora especializada en turismo de negocio”. El objetivo general fue crear un plan de negocios para una agencia de viajes especializada en turismo business, que preste servicios bajo criterios de sostenibilidad y permita tener una experiencia de calidad en la ciudad de Pereira. La metodología que se utilizó fue: observación y análisis. Se concluyó que el no contar con una normativa ha ocasionado falta de interés por parte de los empresarios del sector, para que estos puedan invertir en actividades que a futuro podrían considerarse en uno de los principales segmentos de mercado para la provincia.

- Sáez (2015). "Plan de negocio para una agencia de viajes situada en Valencia". El objetivo general fue conseguir todas las medidas necesarias, analizando la viabilidad técnica e económica del proyecto. La metodología utilizada fue: fuentes primarias: como bases de datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, base de datos de la OMT, INEI. Se concluye que el sector turístico es uno de los sectores con un peso considerable en la economía ya que se ha ido consolidando en las últimas décadas como una de las actividades estratégicas de la economía de España.

4.2 Bases Teóricas:

- **Alcances del turismo:**

- Avelino A. Vegas (2006). Define la evolución y perspectiva del turismo mundial; existe una gran cantidad de estudios que muestran el impacto de carácter positivo que está trayendo el turismo en la reducción de la pobreza, dando como resultado que en la actualidad muchas zonas del mundo, dependen absolutamente de la industria turística.
- Carlos Villena (2014). Nos menciona que el mercado turístico es el punto central donde convergen turistas y proveedores de servicios turísticos. Actualmente el Perú tiene la experiencia por más de 30 años en la elaboración del inventario del patrimonio turístico nacional. En nuestro país, el 95% del territorio ha registrado, clasificado el inventario del patrimonio turístico nacional.

Las agencias de viaje son aquellas que se dedican a ofrecer un servicio integral turístico, cumpliendo un rol importante entre el turista, el hospedaje, el transporte, entre otros. En esta ocasión nos apoyaremos en el autor Carlos Villena con su libro introducción al turismo (2014) "Son las que venden directamente a sus

clientes o público en general productos elaborados por los mayoristas o por ellas mismas, de acuerdo a las necesidades de los turistas.

Ayacucho tiene una característica muy peculiar ya que durante muchos años ha sido testigo de sucesos que han marcado nuestra historia como país, donde cada suceso ha marcado un antes y un después para el departamento, de esa manera podemos decir que al visitar Ayacucho podemos hacer un turismo ecológico, agroturismo, comunitario, cultural, arqueológico, científico, gastronómico, religioso, urbano, y de aventura.

Entre las entidades que tienen a cargo la promoción y el fomento del desarrollo del turismo en el Perú – Ayacucho tenemos:

- MINCETUR: Formula y evalúa las normativas relacionadas a la actividad turística, en coordinación con instituciones relacionadas a su ámbito.
- PROMPERU: Formula diversas políticas de carácter informativo de nuestro país, asimismo también se encarga de establecer las estrategias de inversiones e exportaciones del país.
- CANATUR: Se encarga de fomentar el turismo receptivo e interno, contribuyendo al desarrollo económico y social.
- DIRCETUR: Es el órgano que supervisa y evalúa aquellas acciones de desarrollo de comercio exterior.

- **Sector Turismo en el Perú:**

Podemos decir hoy en día que el Perú lidera el crecimiento de turismo en América Latina tanto en número de visitas como en gasto, según el análisis de la publicación Latinvex en base a datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

El sector turismo ha logrado consolidarse como un agente económico destacado entre otros, pues aporta de manera significativa al PBI.

La gran oferta turística que va desde turismo de naturaleza, cultural, aventura, entre otros, el país se dirige a desarrollar una mayor oferta, con una mejor accesibilidad, mayor calidad y apostando a tener más beneficios socio económicos.

Según Mincetur, el objetivo para el año 2021 es que la población local reconozca la importancia de la actividad turística para el desarrollo local y nacional, y se fomente así la participación de la mano del sector público y privado, con el fin de alcanzar un desarrollo sostenible del turismo y del sector.

Es importante resaltar que, si se promueve correctamente el turismo en una región, podría aperturarse una lista innumerable de oportunidades y desarrollo para el país, que permita de esta manera la generación de empleo local, la integración de comunidades locales a la actividad turística, atraer inversiones, creación de nuevos negocios como agencias de viajes, transporte, alojamiento, entre otros. En definitiva, lograr un desarrollo equilibrado con el medio ambiente.

- **Situación del Turismo en Ayacucho:**

Ayacucho reportó 439,545 arribos para el 2017; 10,1% menos que el año anterior, principalmente por el descenso de turistas nacionales (-9,7%), que representaron el 97,9% del total de llegadas a esta parte del país (430,441).

Estos visitantes en su mayoría procedieron de Lima Metropolitana y Callao (que en conjunto explicaron el 41,2%), Lima Provincias (19,1%) e Ica (8,7%).

No obstante, el arribo de turistas del exterior, que representaron el 2,1% (9,104), se redujeron en 25,5%. Ellos procedieron principalmente de Estados Unidos (16,8%), Francia (14,7%) y Alemania (9,4%), según el último reporte de CANATUR (Cámara Nacional de Turismo en el Perú).

La región Ayacucho no se ha posicionado en el destino principal para los visitantes, sobre todo extranjeros, pero se identifica que se han presentado diversos programas que se están encargando de difundir la región y explotando mucho más las celebraciones en semana santa; teniendo como resultado algún tipo de estacionalidad de turismo focalizado solo en esta fecha.

Lo que se busca hoy en día es que dentro de la región la actividad turística se desarrolle dentro de un marco de turismo eco sostenible.

Principales destinos turísticos:

Consideramos importante mostrar a detalle algunos de los atractivos turísticos más resaltantes de la región entre estos tenemos:

- Iglesias de Ayacucho: el número de iglesias en la ciudad de Huamanga asciende a un increíble numero de 33 en total, todas han sido construidas durante la época colonial.



- El Complejo de Vilcashuamán, centro incaico construido tras la conquista de las chancas, habitantes de estas tierras. Según las investigaciones se logró albergar a 40 mil pobladores. Dentro del recinto resaltan dos edificaciones: el templo del sol y el ushnu que era un observatorio.



- Complejo arqueológico de Wari, el complejo tenía murallas de hasta 7 metros de alto que rodean la ciudadela, como también plazas, calles, plataformas y acueductos. Pues las construcciones estaban hechas a base de piedra y revestidas de yeso. El lugar también está acompañado de un museo de sitio.



- Piquimachay. Una cueva situada a 19 kilómetros al norte de la capital Huamanga. Tiene una profundidad de 60 metros, se han encontrado diversos artefactos de piedra junto con restos óseos de animales.

- El Obelisco: Es un monumento de 44 metros de altura que se encuentra en la misma pampa donde se libró la batalla de Ayacucho el 9 de diciembre de 1824. Se encuentra a 37 kilómetros de la ciudad.



- **Tipos de turismo dentro de la región:**

Una vez mencionado el tipo de turismo que podemos realizar en Ayacucho, definiremos en que consiste cada uno de ellos:

- Agroturismo: Es el conjunto de visitas turísticas a diversas comunidades campesinas, en donde se intercambia cultura, tradiciones y valores naturales.
- Ecoturismo: Es cuando realizan actividad turística sin alterar la naturaleza ni el medio que la rodea.
- Turismo comunitario: Cuando las mismas comunidades nativas unen fuerzas para contribuir y generar ingresos extras a sus actividades convencionales.
- Turismo cultural: La principal motivación del turista es poder intercambiar aspectos culturales, espirituales, intelectuales, de aquellos grupos sociales visitados.

- **Estrategia de marketing:**

- Armstrong G. (2012). Marketing. Determina que para poder diseñar una estrategia de marketing impulsada por el cliente se debe elegir mercados meta y establecer relaciones con ellos; para poder así atraer, mantener y cultivar la conexión, mediante la creación, entrega y comunicación de valor para los clientes.

También indica que es importante lograr que los clientes estén satisfechos con el producto o servicio que se desea brindar, ya que según investigaciones un cliente más satisfecho se convierte en un cliente más leal, en relación a la competencia. Los clientes satisfechos no solo van a volver a comprar, sino que también, van a transmitir sus buenas experiencias.

- **Estrategias de Promoción:** Nos ayuda a definir cómo comunicar a los clientes potenciales el producto o servicio deseado para que opten por realizar una determinada compra. Para ello existen diversos medios de comunicación, entre estos tenemos: Publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, patrocinio, ferias, medios de TV, radio, etc.

- **Promoción Turística:**

La promoción es considerada un elemento que integra el proceso de comunicación integral del marketing y según la definición de Kotler (1999), la promoción se comprende como aquellas actividades que interactúan y/o comunican en conjunto los atributos de los productos y permiten persuadir a los clientes para su compra.

Ejarque (2005: 231) define que la promoción es comunicar a los consumidores, que la oferta es capaz de cumplir sus requerimientos y demandas; es decir, tratar de convencer al turista de que vale la pena visitar un determinado destino.

4.3 Marco Conceptual:

- **Consumidor:** Es aquella persona que necesita del consumo de bienes y servicios por el cual va a tener que proporcionar dinero para obtenerlo.
- **Ecosistema:** Es una determinada área de especies entre seres vivos e inertes que interactúan en un ambiente abiótico.
- **Ecoturismo:** Es el desarrollo de una actividad turística que tiene relación con el medio ambiente o naturaleza sin el daño de este.
- **Estrategia:** Son pasos o acciones que permiten alcanzar un determinado objetivo o meta.
- **Marketing Turístico:** Permite promover sitios turísticos, para el cual hace uso de las estrategias de marketing promocional.
- **Patrimonio cultural:** Es la herencia de nuestros antepasados a lo largo de la historia que ha sido transmitido de generación en generación, de la cual debemos preservar.
- **Preservación de la naturaleza:** Significa proteger el medio ambiente que nos rodea, entre animales, plantas que conforman nuestro planeta.

Para poder garantizar el desarrollo y subsistencia de la flora y fauna, evitando la contaminación en manera conjunta y el uso inadecuado de los recursos.

- **Satisfacción del cliente:** Ayuda a poder determinar si un determinado producto o servicio cumple con los requerimientos de los clientes, según las especificaciones de una empresa.
- **Servicio turístico:** Es cuando una persona contrata las prestaciones de una determinada empresa de turismo o agencia de viajes.
- **Turismo:** Es aquella actividad que consiste en viajar a determinados lugares según preferencia del cliente o usuario, fuera de su entorno convencional.

5. Metodología:

5.1 Población – Muestra:

En la presente investigación se utilizó dos instrumentos; la encuesta y la entrevista, considerando para la encuesta una población actual del departamento de Ayacucho de 668,657 habitantes, dando como resultado aplicar la encuesta a un total de 400 turistas nacionales.

El tipo de metodología utilizada es correlacional no experimental. Se utilizará la metodología correlacional positiva ya que analizaremos la implementación de las estrategias que promueven el turismo interno en el departamento de Ayacucho. Aplicando la observación natural, encuestas y análisis de la información solicitada a los órganos competentes en el fomento del turismo

La utilización de estos instrumentos nos ayudara a identificar la situación del turismo en Ayacucho respecto al tema de investigación.

Es importante resaltar que la recolección de datos del desarrollo de investigación en base a estos dos formatos se desarrolló en el mismo departamento en lugares turísticos con mayor índice de visitas de turistas.

Por otro lado, la entrevista está dirigida al ente promotor del Turismo en Ayacucho "Dircetur Ayacucho", con la finalidad de que se obtenga y registre información relevante acerca de la investigación con mayor profundidad. Lo que queremos resaltar en este punto es conocer que estrategias de promoción turística está aplicando actualmente a la región Ayacucho.

ENCUESTA TURISTICA

Título: Estrategias de Promoción Turística y Turismo Interno en el Departamento de Ayacucho en el 2018.

Objetivo: Identificar las características socio-demográficas del turista, así como aspectos previos del viaje.

1. EDAD:		
2. SEXO:	M	F
3. ESTADO CIVIL:		
4. LUGAR DE RESIDENCIA:		

5. ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifico el viaje?

- ☐ Viaje sin planificación
- ☐ Una semana o menos
- ☐ Dos semanas
- ☐ Tres semanas
- ☐ Un mes
- ☐ Dos meses
- ☐ Más de dos meses
- ☐ Otros

6. ¿Cuáles fueron las razones por las que decidió venir a esta ciudad?

- ☐ Diversión
- ☐ Paisajes naturales
- ☐ Conocer costumbres
- ☐ Tiene familiares y amigos
- ☐ Descansar/relajarse
- ☐ Atractivos turísticos
- ☐ Buena gastronomía
- ☐ Clima cálido
- ☐ Otro:

7. ¿Cómo organizo su viaje?

- ☐ Viaje por cuenta propia.
- ☐ Compra paquete turístico
- ☐ Otros: _____

8. ¿Dónde busco información turística?

- ☐ Internet
- ☐ Familiares
- ☐ Redes sociales
- ☐ Agencias de viaje
- ☐ Otros: _____

9. ¿Considera que el Estado promueve el Turismo en Ayacucho, con respecto a otras regiones?

- ☐ Si
- ☐ No

10. Motivo de visita:

- ☐ Vacaciones/recreación
- ☐ Visita a amigos/familiares
- ☐ Negocios
- ☐ Otros: _____

11. ¿Cuánto tiempo de permanencia en Ayacucho?

- ☐ 2 días
- ☐ 4 días
- ☐ 5 días
- ☐ 7 días
- ☐ 15 días
- ☐ 30 días

12. Frecuencia de visita

- ☐ Primera vez
- ☐ Dos veces al año
- ☐ Una vez al año
- ☐ Otros: _____

13. Indica los lugares visitados:

14. Tu experiencia en la visita hasta el momento concuerda con la información obtenida previa al viaje

- ☐ Si
- ☐ No

Docentes:

Mg. Rodríguez Caldas, María Rosa de Guadalupe

Mg. Ponce Veneros, Manuel Santos

ENTREVISTA TURISTICA

Título: Estrategias de Promoción Turística y Turismo Interno en el Departamento de Ayacucho en el 2018.

Objetivo: Identificar el tipo de estrategias comerciales y promocionales utilizadas.

Datos del entrevistado:
Nombre y Apellidos:
Cargo:
Empresa:

- a. ¿Qué herramientas comerciales utiliza Dircetur en la actualidad para promover el turismo en Ayacucho?
- b. ¿Considera que las alianzas estratégicas utilizadas por Dircetur están contribuyendo a incrementar el turismo en Ayacucho? ¿Porque?
- c. ¿Qué estrategias de promoción turística consideran importantes para potenciar el turismo en Ayacucho?
- d. ¿Considera usted que va ser necesario realizar un cambio en las estrategias implantadas en la actualidad?
- e. ¿Considera que se está potenciando todos los atractivos turísticos de Ayacucho por igual?
- f. ¿Cuáles son las expectativas y/o nuevos mecanismos de promoción en Ayacucho para el próximo año 2019?

Docentes:

Mg. Rodríguez Caldas, María Rosa de Guadalupe

Mg. Ponce Veneros, Manuel Santos

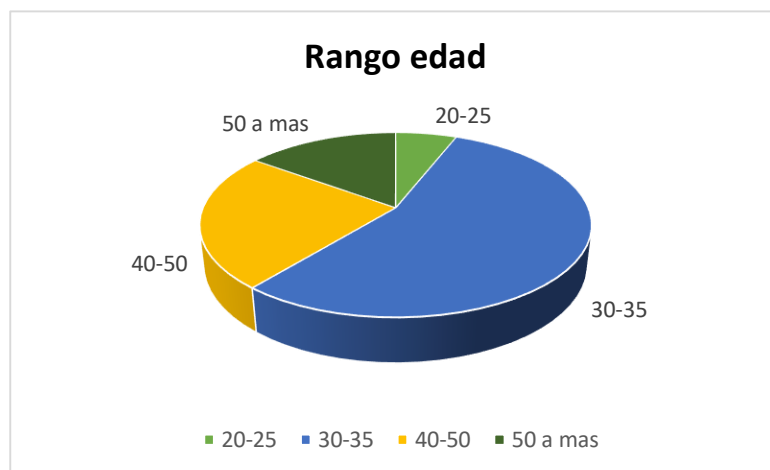
6. RESULTADOS:

El fin de la investigación consiste en poder analizar cómo se está gestionando el turismo en la región de Ayacucho, conocer la situación actual del turista, datos demográficos, para así poder proponer diversas alternativas de como impulsar el turismo sostenible en la región. Es necesario conocer qué imagen proyecta Ayacucho al visitante, ya sea nacional o extranjero como destino turístico.

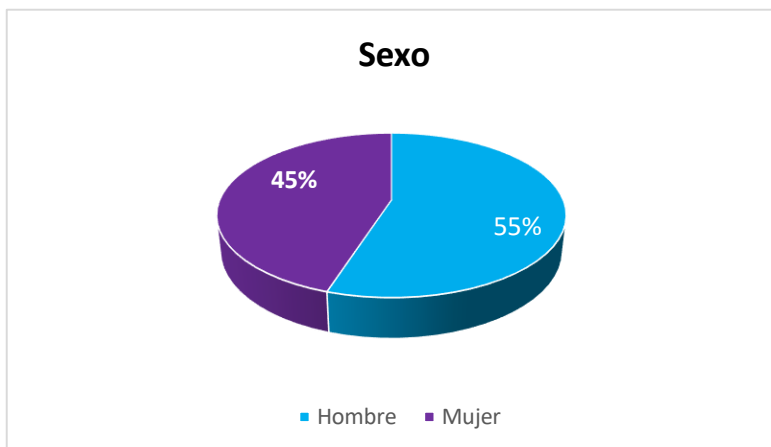
A continuación, presentaremos resultados de la encuesta y resultados obtenidos de la entrevista por parte de los organismos competentes encargados de la promoción de turismo en Ayacucho.

6.1 ENCUESTA:

1. Edad:



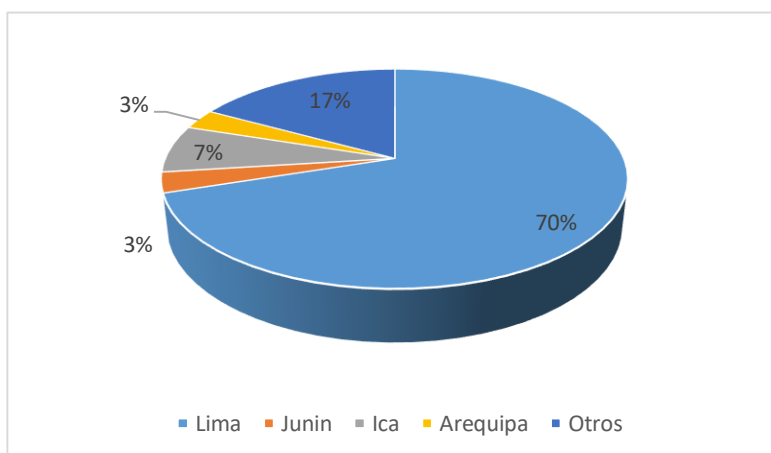
2. Sexo:



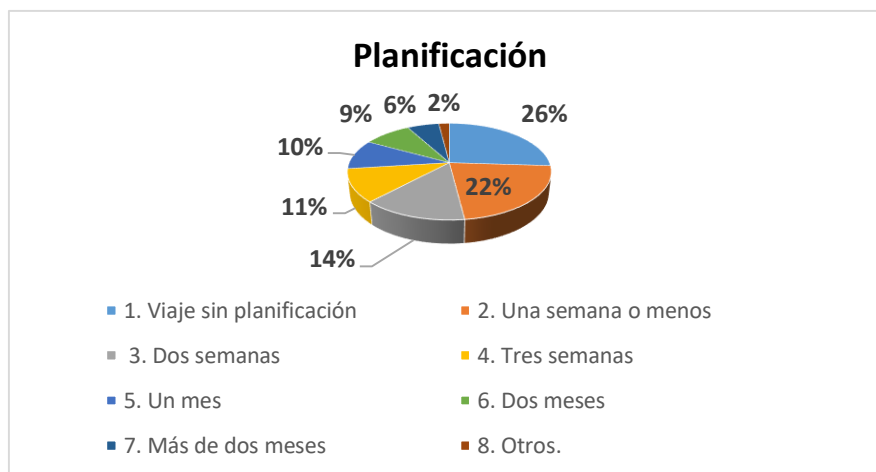
3. Estado civil:



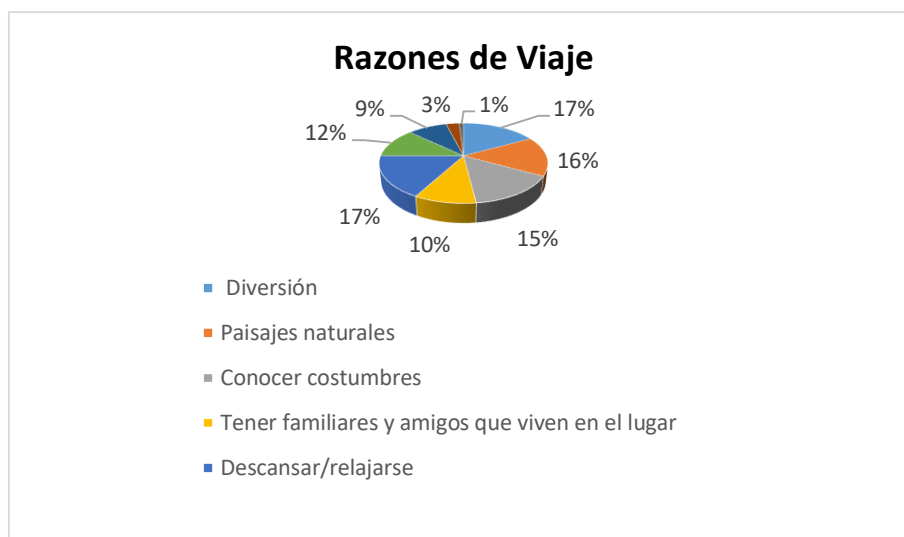
4. Lugar de residencia:



5. ¿Con cuánto tiempo de anticipación planifico el viaje?



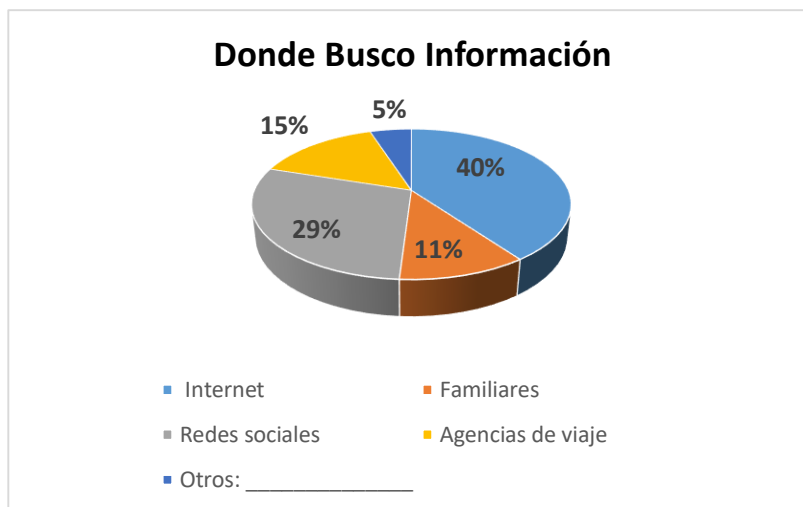
6. ¿Cuáles fueron las razones por las cuales decidió viajar a esta ciudad?



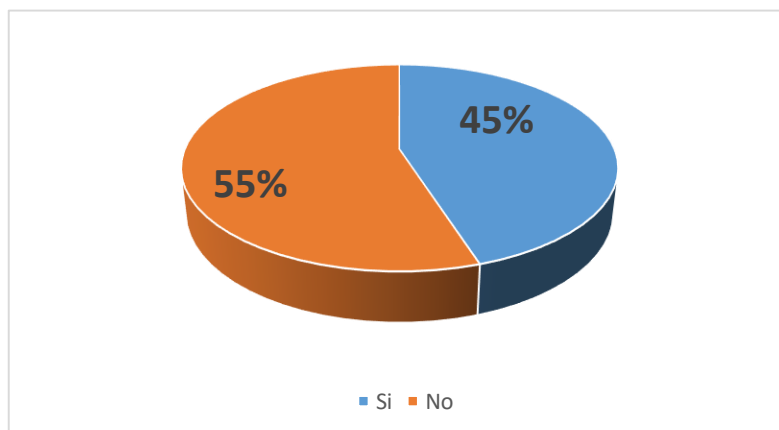
7. ¿Cómo organizo su viaje?



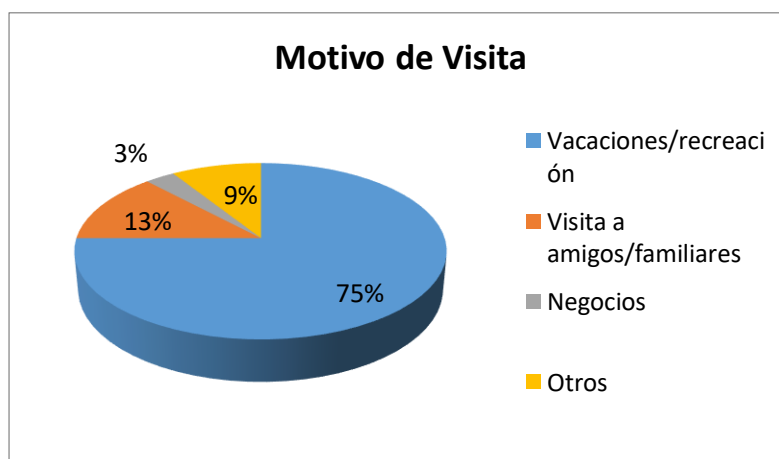
8. ¿Dónde busco la información turística?



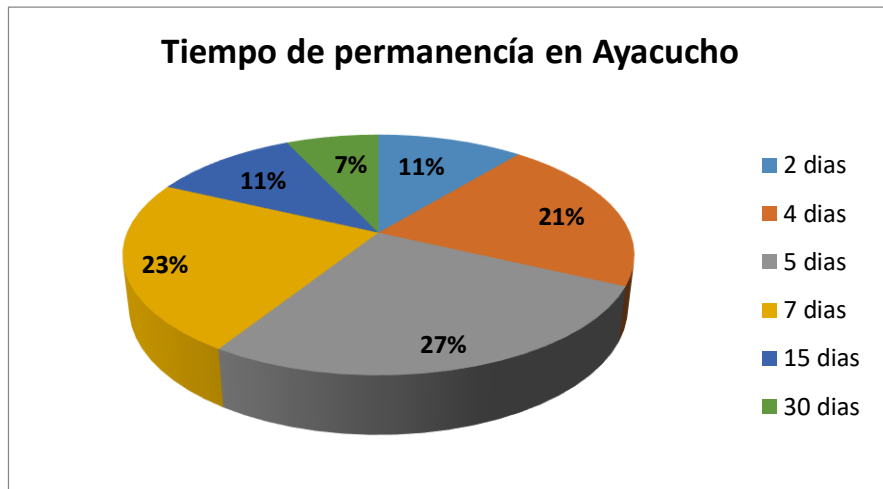
9. ¿Considera que el estado promueve el turismo en Ayacucho, con respecto a otras regiones?



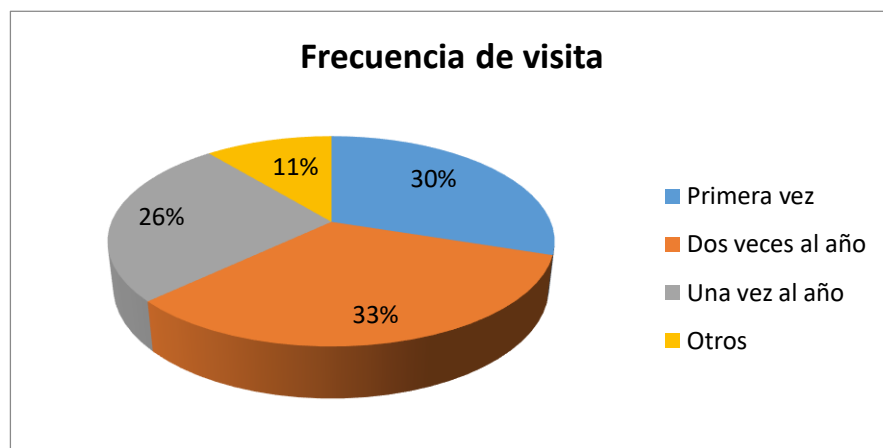
10. Motivo de visita:



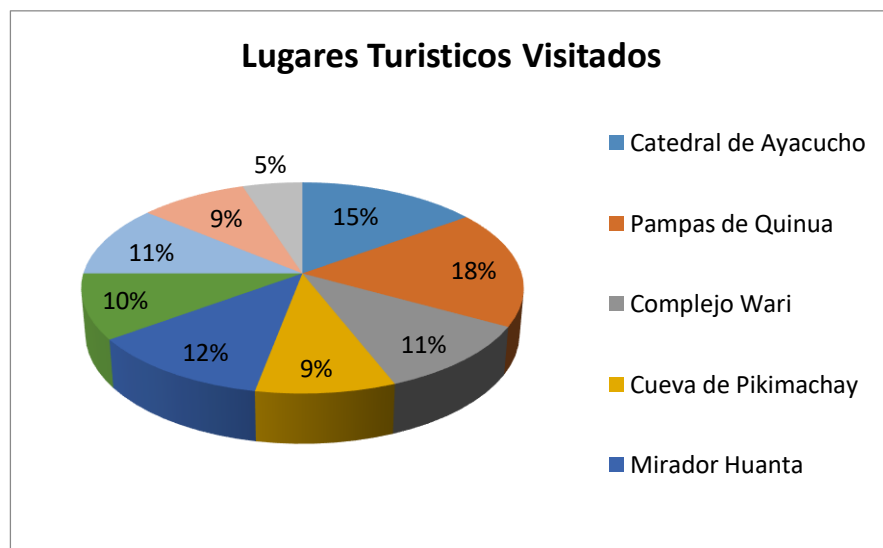
11. ¿Cuánto tiempo de permanencia en Ayacucho?



12. Frecuencia de visita:



13. Indica los lugares visitados:



14. ¿Tu experiencia en la visita hasta el momento concuerda con la información obtenida previa al viaje?



6.2 ENTREVISTA:

a. ¿Qué herramientas comerciales utiliza DIRCETUR Perú en la actualidad para promover el turismo en Ayacucho?

Tenemos la satisfacción de contar con algunas plataformas digitales, que nos permiten conectar con el usuario, ahora es muy importante tener interacción y la facilidad de proporcionar información. Estamos trabajando en ello.

b. ¿Considera que las alianzas estratégicas utilizadas por DIRCETUR Perú están contribuyendo a incrementar el turismo en Ayacucho? ¿Porque?

Sí, se está trabajando de manera articulada con diversas instituciones que se unen para crear proyectos de desarrollo turístico para poder contar con todos los servicios, desde MINCETUR, Promperu, y Tu que Planes, LAN, nuestro ahora gran aliado, que está ofreciendo grandes ofertas para llegar

a nuestro territorio. Y desde ya DIRCETUR y otras instituciones estamos teniendo reuniones periódicas, para poder enfrentar los problemas que tenemos en la actualidad.

c. ¿Qué estrategias de promoción turística consideran importantes para potenciar el turismo en Ayacucho?

Una de ellas sin duda es nuestras festividades religiosas por semana santa, son casi diez días de mucho trabajo en donde el Gobierno regional y Dircetur toma las respectivas acciones para que todo se desarrolle en base a nuestras expectativas, estamos desarrollando campañas de sensibilización a toda la comunidad acerca de la revaloración de nuestros recursos, incursionando también en las inspecciones en establecimientos de turismo como hoteles, mercados, de la mano con la Municipalidad para que en caso no se cumpla con los requerimientos se aplique las multas respectivas. Tenemos reuniones periódicas con nuestra comisión multisectorial ya que lo que se desea es trabajar en beneficio de nuestro departamento.

d. ¿Considera usted que va ser necesario realizar un cambio en las estrategias implantadas en la actualidad?

Todo proyecto toma tiempo, si bien es cierto estamos trabajando con la oficina de dirección de turismo en Dircetur, y considero que de manera que este se vaya desarrollando vamos a determinar si necesitamos realizar un cambio en ello o mejorar al respecto; contamos con un equipo de profesionales y esperamos que el Estado siga apoyándonos como lo hace hasta el momento.

e. ¿Considera que se está potenciando todos los atractivos turísticos de Ayacucho por igual?

Si, Ayacucho cuenta con una infinita riqueza de recursos y no tiene nada que enviar a otras regiones; si bien es cierto las festividades religiosas son nuestra puerta para que más visitantes tanto del territorio nacional como extranjeros ingresen a nuestra región, se está trabajando para que otras zonas turísticas tengan el mismo respaldo.

f. ¿Cuáles son las expectativas y/o nuevos mecanismos de promoción en Ayacucho para el próximo año 2019?

Incrementar el ingreso de turistas a nuestra región, tener más control en el desarrollo de las actividades comerciales, y la más importante llegar a la población promoviendo la conservación de nuestros recursos, cultura. Entre los mecanismos de promoción invertir en medios digitales, publicitarios; también esperamos contar con más aliados, para que la difusión del turismo sea una gran puerta de oportunidades para la región.

7. CONCLUSIONES

- La inversión del Estado (Promperu – Dircetur) para la aplicación de las estrategias de promoción turística en el departamento de Ayacucho se encuentra limitada solo a las actividades de semana santa, pues no se logra observar resultados en promover los atractivos turísticos al interior del departamento.
- En la actualidad el departamento de Ayacucho, podemos determinar que carecen conocimientos acerca de cómo promover efectivamente el turismo interno, esto se observa tanto en la población como en los órganos del estado ya que en las visitas realizadas no se logró obtener información veraz y oportuna de todos sus atractivos turísticos.
- Podemos concluir que la correcta implementación de las herramientas promoción turística, desarrolla un papel muy importante dentro del crecimiento del departamento de Ayacucho, pues genera un crecimiento económico sostenible en el tiempo.

8. **BIBLIOGRAFÍA**

1. Álvarez, A. & Castellanos, P. (2014). *La opinión de los agentes de viajes minoristas sobre las estrategias competitivas frente a las nuevas tendencias de mercado*. (Tesis doctoral). Coruña: Universidad Da Coruña. Recuperado el 13 de Setiembre de 2018, de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/13851/MeloPereira_Luciana_TD_2014.pdf?sequence=4&isAllowed=y
2. Armstrong G. (2012). Marketing. Estrategias de marketing (10mo ed.). Mexico, 188-192
3. Badatur-OTP. Reporte de turismo interno en Ayacucho 2016-2019. Fuente: <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/ayactipr.pdf>
4. Beltrán, M. (2011). *Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho*. (Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración). Lima: Universidad San Martín de Porres. Recuperado el 13 de Setiembre de 2018, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/870/1/beltran_me.pdf
5. Cámara Nacional de Turismo en el Perú CANATUR. Índice de avance por regiones. Fuente: <http://www.portaldeturismo.pe/seccion/regiones> Fecha de acceso 24 Octubre del 2018.
6. Coronel, A. (2013). *Diseño de un plan de marketing para la empresa turística Cosarco Touring de la Ciudad de Quito*. (Tesis para obtener el título de ingeniero comercial). Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 14 de Setiembre de 2018, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5219/1/UPS-QT03794.pdf>
7. Deza, E. & Reyes, E. (2017). *Análisis de estrategias que permitan reducir la informalidad de las agencias de viaje y turismo minoristas de Lima*. (Para optar el título de: licenciada en administración de empresas). Lima: Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Recuperado el 14 de Setiembre de 2018, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/622665/5/R EYES_LE.pdf
8. Dircetur Ayacucho (2018). Síntesis y datos históricos de Ayacucho 2018. Fuente: <http://dirceturayacucho.gob.pe/> Fecha acceso 04 de Octubre 2018.
9. Ejarque (2005). Marketing. Promoción Turística. México, 56-57.

10. Gaviria, L., Rincón, D., & Trejos, D. (2015). *Plan de Negocio Travel & Business. Agencia de viajes operadora especializada en turismo de negocio*. (Para optar el título de: Tecnólogo en gestión del turismo sostenible). Pereira: Universidad Tecnológica De Pereira. Recuperado el 14 de Setiembre de 2018, de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5860/65811T787p.pdf>
11. Ministerio de Comercio Exterior MINCETUR (2016). Medición Económica del Turismo. Fuente: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/MEDICION_ECONOMICA_TURISMO_ALTA.pdf Fecha de acceso 10 de Octubre 2018.
12. Perú 21(2013). Noticias de crecimiento turismo en América Latina <https://peru21.pe/economia/latinex-peru-lidera-crecimiento-turismo-america-latina-178376>. Fecha de acceso 01 noviembre del 2018.
13. Promperu (2018). Desarrollo Turismo en Ayacucho. Fuente: <https://www.promperu.gob.pe/> Fecha de acceso 10 de Octubre del 2018.
14. Sáez, P. (2015). *Plan de negocio para una agencia de viajes situada en Valencia*. (Tesis Para Obtener El Grado De Licenciado en Administración de Empresas). España: Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado el 21 de Setiembre de 2018, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/46749/TFC%20Patricia%20S%C3%A1ez%20L%C3%B3pez.pdf?sequence=1>
15. Sernanp Perú (2017). Reporte visitantes extranjeros y nacionales al Perú. Fuente: <http://www.sernanp.gob.pe/>. Fecha de acceso 24 octubre del 2018.

9. ANEXOS:

1. IDEA DEL NEGOCIO:

La idea de negocio se realiza gracias a las oportunidades de mejoras que se pueden brindar al turismo en el departamento de Ayacucho, pues se logró observar una falta conocimientos en la gestión del turismo. Dentro de ello encontrados: servicios limitados, carencia de servicio a los clientes, lugares turísticos limitados, etc.

De esta manera se propone la elaboración de una agencia turística “GUITOURS AYACUCHO” donde nuestra propuesta de valor es brindar un turismo alternativo, teniendo una gran diversidad de lugares turísticos para visitar, brindando un paquete completo de pasajes, hospedaje, visitas turísticas e incluyendo desayunos, almuerzos y cenas con precios accesibles para cada cliente.

Para ello trabajaremos de la mano con DIRCETUR quien es el órgano principal del estado, de esta manera lograremos estar siempre a la expectativa de los cambios que se pueda generar con respecto al turismo del departamento, logrando la satisfacción del cliente.

2. APOYO INTELECTUAL, FINANCIERO Y ESTRATEGICO:

En nuestro proyecto de investigación se realizó la consulta a diversas empresas encargadas de gestionar asesoría financiera estratégica turismo para poder conocer de qué manera podemos obtener el soporte de poder gestionar correctamente nuestras finanzas, dentro ello tenemos a tres empresas:

- **ASESORIA CONTABLE FINANCIERA:** En la empresa solo se limitan en apoyar con la parte contable teniendo como funciones la declaración de libros contables, presentación de PDT y declaración de renta, donde por dichos servicios el costo de ellos es de US\$ 1'000.00 mensuales.

Pues de acuerdo a todo lo aprendido en el transcurso de la carrera podemos darnos cuenta que el servicio de asesoría que la empresa nos brindara es muy básico que nosotros mismo podemos realizar dicha gestión y no sumaria para poder colocar en marcha nuestro proyecto de investigación, pues estaríamos limitando la disponibilidad de nuestros recursos económicos.

- **ASESORANDES:** La empresa actualmente se dedica a brindar asesoría al sector financiero, sector Inmobiliario, retail y centros comerciales, Hospitalidad y turismo, sector infraestructura, sector negocios sostenibles, entre otros. De acuerdo a nuestro trabajo de investigación Asesorandes es una gran alternativa para el proyecto de investigación pues cuentan con una gran experiencia dentro del rubro de turismo sobre todo en temas referentes al estudio de negocio de turismo hotelero, donde dentro de nuestro proyecto se está proponiendo un turismo alternativo para el turista interno.

La empresa nos brinda un estudio de mercado en la zona de afluencia (Ayacucho), Valorización y asesoría estratégica para poder captar a nuestro público objetivo, todo este servicio tiene un costo de 3000 dólares donde ellos nos garantizan el éxito de la idea de negocio.

- **APOYO CONSULTORIA:** En la empresa Apoyo Empresarial se nos fue difícil conseguir la información y sobre todo el detalle del tipo de servicio que brinda dicha organización, pues indican que toda negociación lo realizan de manera presencial, donde esta manera nos indica que pueden realizar propuestas de negocio mucho más tangible. Pero en promedio el costo de sus servicios oscila dentro de los \$4000.00

3. TECNOLOGIAS EMERGENTES:

Sin duda alguna el Turismo y las nuevas tecnologías hoy en día toman vital importancia para la interacción con el cliente. Aplicaciones móviles, visitas virtuales, el uso de redes sociales son parte de los recursos de las TIC básicos para mejorar la experiencia de un cliente.

Es imprescindible encontrar nuevas estrategias y fórmulas que atraigan al turista o visitante.

Pero antes vamos a conocer un poco acerca del comportamiento del Turista actual y como atraerlo.

A continuación, podemos destacar lo siguiente:

➤ **CLIENTE INFORMADO:**

Un cliente para tomar referencias o para elegir un determinado destino suele investigar y/o mantenerse muy bien informado, consulta en foros, redes sociales especializadas en viajes, así puede obtener información relevante y de su interés en hoteles, restaurantes y en algunos casos toma como referencia opiniones de algunas personas que ya han visitado el lugar.

➤ **CLIENTE HIPERCONECTADO:**

Es aquel que emplea en todo momento nuevas tecnologías, por lo que interactúa con buscadores especializados en viajes, vuelos y paquetes turísticos.

➤ **CLIENTE INTERACTÚA:**

Es esencial que toda empresa especializada en turismo esté atento a los requerimientos del cliente, absuelva sus dudas, consultas y recomendaciones, ya que lo que se busca es generar valor.

➤ **CLIENTE BUSCA NUEVAS EXPERIENCIAS:**

Es el requerimiento primordial de un Turista hoy en día, las agencias de turismo deben estar enfocadas a brindar servicios turísticos especializados que generen experiencias cada vez más personalizadas.

Pero cuales son los recursos necesarios para una empresa de servicio Turístico, considerando que existen tendencias y novedades en relación al uso de nuevas tecnologías:

- **Herramientas de Big Data:**

Esta herramienta es fundamental ya que nos ayudara a conocer el cliente, cuáles son sus gustos y necesidades, es una herramienta básica de cualquier modelo turístico.

- **Software Ágil para la gestión:**

Necesitamos contar con un software fácil acceso y ágil que nos facilite el desarrollo de la gestión de reservas o servicios administrativos online.

- **Importancia de las Redes Sociales:**

Va a ser el medio más importante en relación a la promoción del Turismo y la estrategia de marketing empleada.

- **Móvil en el centro de la estrategia:**

Es una de las herramientas que el usuario emplea con frecuencia, utilizando diversas aplicaciones móviles con acceso a internet.

- **Chatbots para mejorar la experiencia del cliente:**

Esta aplicación será una de las tendencias en el ámbito turístico pues permitirá que se mejore la conexión e interacción con el cliente.

4. ESTRATEGIA DE MARKETING:

El turismo ha evolucionado tan rápido que algunas empresas se están quedando atrás cuando de comunicarse con el cliente se trata, hoy en día los agentes turísticos, como las agencias de viajes, tienen la oportunidad de ofrecer al turista un servicio personalizado, permitiendo en ello diseñar toda la experiencia de viaje al detalle, para que el turista tenga información relevante y oportuna sobre los atractivos turísticos y riquezas que esta ciudad puede ofrecer.

➤ PRESENCIA EN REDES SOCIALES:

Existen empresas con amplio tiempo de funcionamiento que no toman importancia al uso de las redes sociales, en muchos casos no saben ni cómo funcionan, como se gestiona o como colocar contenido interactivo que facilite el acceso a la información, es vital invertir en publicidad, diseño, marca si se desea que la empresa se mantenga a flote y se relacione en este mundo tan competitivo.

Se puede colocar contenido en relación a lugares turísticos, hoteles, gastronomía, zonas arqueológicas o diversos tipos de turismo a realizar en una determinada región como Ayacucho; integrando videos, comentarios, realizando concursos en vivo, sorteos, entre otros. Las redes sociales en las cuales podemos tener presencia son: Instagram, Facebook y YouTube, considerando que estas son las principales.



**UTILIZAR UN
LOGOTIPO
LLAMATIVO DE FÁCIL
RECORDACIÓN.**



PORTADA DE FACEBOOK: GUITOURS AYACUCHO



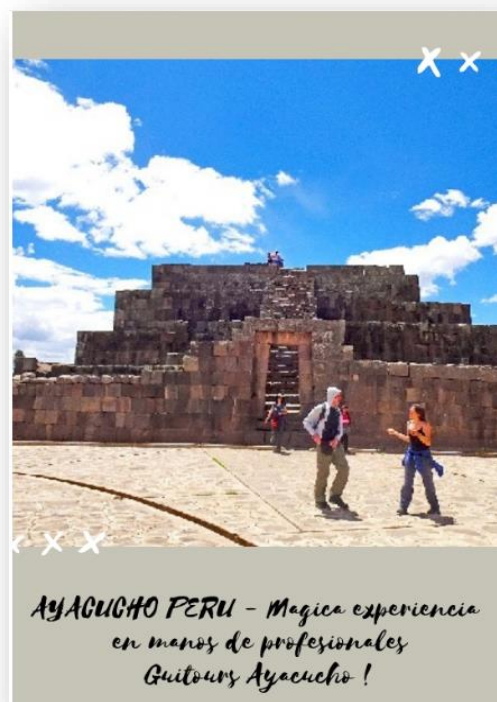
**COMPARTIR CONTENIDO
INTERACTIVO CON EL
USUARIO.
(INSTAGRAM)**

**MANTENER LA PAGINA
ACTIVA Y HACER
SEGUIMIENTO.**



➤ **MARKETING Y RECOMENDACIÓN EN REDES SOCIALES:**

El cliente o usuario(turista) que adquiera los servicios será nuestra ventana o fuente primordial de recomendación, en cuanto se le haya ofrecido un buen servicio, podemos motivarlo a que nos recomiende colocando alguna fotografía y esta sea compartida con su círculo de amistades. Así podremos captar más usuarios que visiten nuestras plataformas y adquieran nuestros servicios.



**REALIZAR INVITACIONES PERIODICAS A NUESTROS
USUARIOS INSENTIVANDO A QUE COMPARTITAN SUS
EXPERIENCIAS CON EL SERVICIO BRINDADO.**

➤ **MARKETING EXPERIENCIAL:**

Dentro de nuestras estrategias de marketing podemos incluir al Marketing Experiencial, invitando a influencers a conocernos y compartir esa experiencia a través de las redes sociales, para poder así captar gente joven.

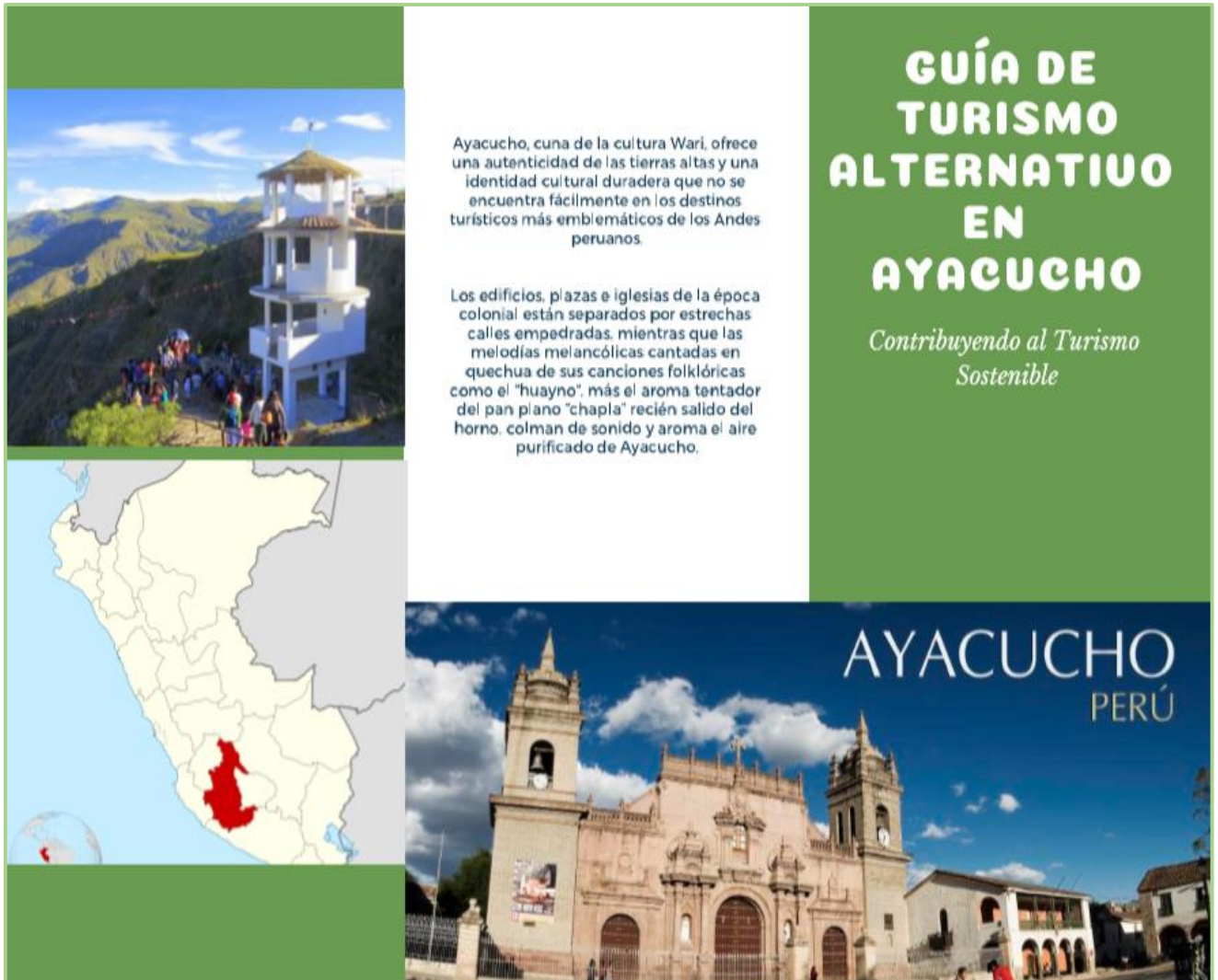
➤ **ATENCION A LAS PLATAFORMAS DE OPINION:**

Como empresa, estamos decididos en contratar personal que se enfoque solamente en la interacción y uso de las redes sociales, para que así pueda resolver consultas, y tomen nota de recomendación e indicaciones de los propios usuarios que hagan que nos impulsen a mejorar.

Así también tendremos conocimiento de las experiencias o incluso información relevante de nuestros aliados estratégicos en relación a los productos que estos ofrecen y que nos encargamos de compartir.



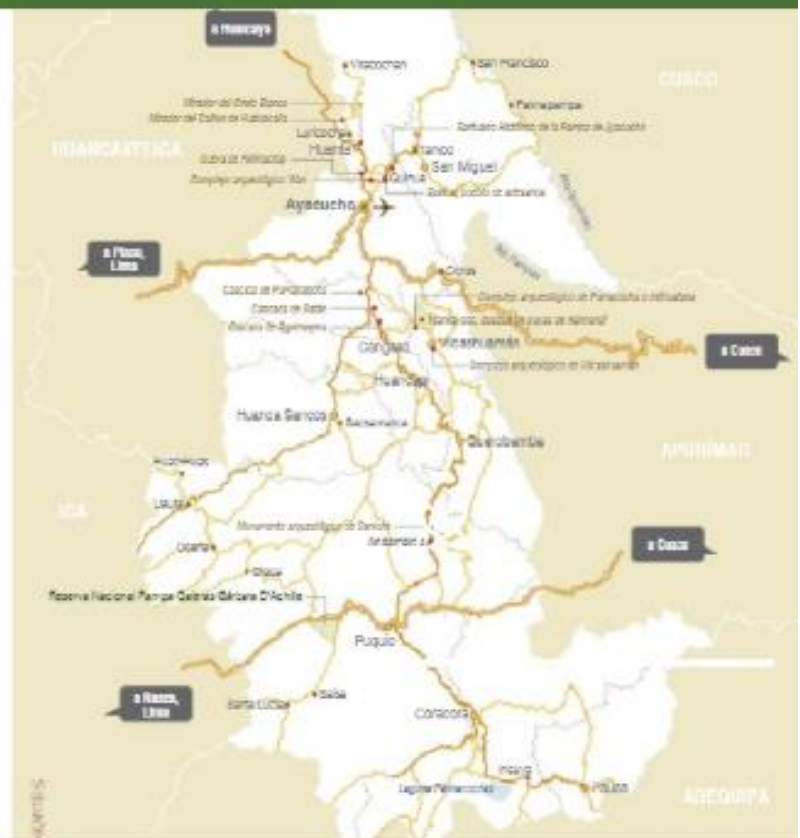
A continuación, mostraremos al detalle una guía de turismo personalizada del departamento de Ayacucho.



AYACUCHO



- Capital de departamento
- Capital de provincia
- Capital de distrito
- Atractivo turístico
- Límite provincial
- Vía principal
- Carretera asfaltada
- Carretera afirmada
- ✈ Aeropuerto
- Río principal



¿COMO LLEGAR ?

Llegar a Ayacucho desde Lima por vía aérea o terrestre es sencillo, y se pueden encontrar salidas diarias. Puedes encontrar pasajes que cuestan entre 35 y 110 soles para el trayecto Lima - Huamanga, según la fecha y empresa de transporte terrestre que se elija. El viaje en bus dura en promedio 10 horas.

RECUERDA

La altura promedio en Ayacucho es de 2,600 m.s.n.m. Es importante tomar precauciones para el mal de altura, y evitar realizar ejercicio físico excesivo al llegar. El clima es el clásico de la sierra: seco y templado con temperaturas máximas de 26°C y mínimas de 9°C. Es soleado y caluroso entre las 10 a.m. y 6 p.m., mientras que por la noche y la madrugada es frío y helado. Por ello, se debe llevar ropa ligera para los tours o recorridos turísticos, y ropa de abrigo, impermeable y cortavientos para pasar la noche o recorrer lugares abiertos.

ACERCA DE LA CIUDAD

Ayacucho fue declarada Capital del Arte Popular y de la Artesanía del Perú. Es conocida también como la "Ciudad de las Iglesias", por sus 37 iglesias católicas de estilo renacentista y barroco.

A solo 37 kilómetros de Huamanga, se encuentra la Pampa de la Quinua, donde se ubica el Santuario Histórico de la Pampa de Ayacucho es otro de los atractivos más famosos de la región, y uno de los lugares que todos los peruanos deberían visitar al menos una vez en su vida. Se trata del escenario en donde aconteció la Batalla de Ayacucho, el 9 de diciembre de 1824, la cual marcó la independencia hispanoamericana del yugo español y sirvió para después firmar el Acta de Capitulación.



"Ayacucho turismo en cada rincón"



PRINCIPALES DESTINOS TURISTICOS

Ayacucho tiene diversos atractivos turísticos, tanto en Huamanga como fuera de ella. Algunos de ellos son el Complejo Arqueológico de Wari, el Mirador Turístico de Acuchimay, el Museo de la Memoria, la Catarata Batán, la Laguna de Parinacochas, la Reserva Nacional de Pampa Galeras, entre otros. Tres de los principales atractivos visitados por miles de turistas de todas partes del mundo son:

RESERVA NACIONAL DE PAMPA GALERAS -BÁRBARA D'ACHILLE

Posee increíbles paisajes andinos y es el hogar de cuatro especies de camellos sudamericanos: la vicuña, la alpaca, la llama y el guanaco. Todas estas especies pueden ser vistas pastando en el altiplano, en su estado salvaje. Es un espectáculo natural de la flora y fauna de la región.

· EL DATO

El ingreso y la guía son gratuitos, de lunes a domingo de 8 de la mañana hasta las 5 de la tarde. Casi todos los tours se realizan muy temprano por la mañana.

COMPLEJO ARQUEOLÓGICO WARI

Es un sitio histórico, perfecto para apreciar construcciones a base de piedra, barro y con acabados de color rojizo y blanco.

· EL DATO

Puede visitarse en cualquier época del año. La entrada general cuesta 2 soles y 50 céntimos para escolares. Está abierta de martes a domingo de 9 de la mañana hasta las 5 de la tarde.

La mejor opción es contratar a un guía turístico que conozca todo sobre la historia del lugar y el valor de todos los objetos.



"AYACUCHO TE ESPERA PARA DARTE LO MEJOR DE PERU: ARQUEOLOGÍA, BAÑOS TERMALES, NATURALEZA Y TURISMO URBANO SIN IGUAL"



LA LAGUNA DE PARINACOCHAS

La Laguna de Parinacochas es considerada como un importante humedal alto andino y se sitúa a 3,200 m.s.n.m., al pie del volcán Sara Sara.

Su nombre hace referencia a las miles de parihuanas o parinas (aves de alas rojas y pecho blanco) que viven en la laguna y que anidan en las aguas poco profundas, construyendo nidos de barro en forma de pirámides, un escenario ideal para tomar muchas fotografías.

· EL DATO

En la provincia de Parinacochas hay otros atractivos turísticos conocidos. Por ejemplo, los Baños termales de Santa Clara y los Baños termales de Senccata o Sengata. Las temperaturas de sus aguas alcanzan los 42°C.

¿DONDE HOSPEDARSE?

Los viajeros no tendrán ningún problema en la ciudad de Ayacucho porque encontrarán desde hostales y refugios para turistas a precios módicos, hasta hoteles cinco estrellas. Sin embargo, Ayacucho es un destino muy concurrido durante todo el año y más aún durante Semana Santa, así que los hoteles deben ser reservados con 1 o 2 meses de anticipación. Entre los hospedajes más recomendados y céntricos están el Hotel Las Américas (en la Avenida Asamblea), el Hotel Santa Rosa (en el Jirón Lima), el Hotel Colmena (en el Jirón Cusco), y el Hotel Misky Samay (en la calle Francisco Vivanco). Todos ellos tienen precios bastante económicos.





TIPS DE ALGUNOS LUGARES QUE PUEDES VISITAR SI DE GASTRONOMÍA SE TRATA:

Los platos mas resaltantes en su gastronomía son ¡cuy chactao, los chicharrones y la puca picante.



Pero sin duda entre los lugares que no puedes dejar de visitar son el Mercado Central, además de degustar riquísimos platos de la región puedes encontrar insumos para llevar de regreso a casa como : queso, pan, maca, algunas frutas y verduras frescas.

Por otro lado La Colmena, un restaurante ubicado en el jirón Cusco, donde se sirve comida típica muy variada.



Fuera de la capital, Huamanga esta el restaurante Las Flores; pero si busca algo tradicional propio de la región El retablo sera uno de sus favoritos.



¿CON HAMBRE?

En Ayacucho se come muy bien!!!!



“

"AYACUCHO UNOS DE LOS MEJORES DESTINOS TURÍSTICOS DEL PERU"

"CAÑÓN DE QORIHUILLCA"

